



DESTINATAIRE
Animateur

PUBLIC
**À partir
de 8 ans**

THÈME
**Éducation
médias**

Qu'est-ce qu'un média ?

Cette première fiche consacrée à l'éducation aux médias et à l'information est un préambule ponctué d'idées d'activités sur les médias dans leur globalité.

- Selon une étude du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc, www.credoc.fr) parue en 2014, 83 % des Français de 12 ans et plus étaient internautes et on affleure 100 % lorsqu'on s'attache aux 12-17 ans. Bien entendu, les jeunes sont tournés vers la communication et privilégient avant tout les services numériques, de préférence les plus récents et à la mode (comme les messageries instantanées, SnapChat ou Whatsapp).

- Cependant, malgré une utilisation intensive de ces services, ils n'ont que rarement conscience des véritables enjeux et contraintes qui sont à l'œuvre derrière ; il suffit d'observer les multiples dérives qu'on peut noter sur les réseaux sociaux dès qu'on aborde des sujets sensibles (tels que la religion, la sexualité...) ou lorsqu'une actualité, par son rayonnement et l'émotion qu'elle suscite, concerne toutes les couches de la société (attentats, accidents, catastrophes naturelles...).

- C'est pourquoi on ne cesse de parler depuis quelques années d'éducation aux médias et à l'information et de multiplier les actions éducatives autour de cette thématique en direction des jeunes de tous âges, qu'ils soient ou non des usagers réguliers. Parce qu'il est impératif de leur donner les moyens de décrypter les codes de notre société de l'information et de la communication ; c'est une étape clé de la construction de tout citoyen. Comme il faut leur apprendre, à la manière de ce qu'on peut lire sur le site du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (Clemi, www.clemi.org) :

- à gérer et à traiter le flux permanent d'informations, à évaluer la pertinence de ces informations, à les traiter, les organiser et les mettre en relation...

- à comprendre les médias numériques pour acquérir une certaine distance critique, à découvrir leur organisation, leurs stratégies ; les processus par lesquels se structure l'information, etc.

Définir

- Dans *Le Petit Robert*, on lit qu'un média est « un moyen de diffusion, de distribution ou de transmission de signaux porteurs de messages »

© SSilver - Fotolia



écrits, sonores et visuels ». Cela englobe la presse, le cinéma, la radio, la télé, la vidéo, Internet... Les médias sont ainsi des canaux de communication entre une ou des personnes et l'auditoire qu'elles visent. Aujourd'hui, avec la démocratisation des outils numériques et d'Internet, nous sommes exposés de manière presque continue aux médias et ceux-ci façonnent notre perception de la réalité.

• Il convient donc d'abord, comme le propose le Clemi, de repérer les médias comme tels dans notre environnement. Mais surtout d'amener ainsi les enfants, les adolescents et les jeunes adultes à réfléchir sur la relation qu'ils entretiennent avec ce qu'ils pensent être les médias. Alors posez-leur cette question anodine mais ô combien essentielle : « *Qu'est-ce qu'un média ?* »

Le grand déballage

• Cela se fait simplement de manière collective, en les interrogeant : « *Où sont les médias ? Où les fréquente-t-on ? Dans la rue, à l'école, au centre de loisirs, sur soi, à la maison ? Comment et à quoi les reconnaît-on ? Que fait-on du matin au soir avec les médias ? Combien de temps passe-t-on avec chacun d'entre eux ? Avec des amis, en famille, tout seul ? Etc.* »

• Lors de ce débat, veillez à confronter les avis des uns et des autres (chacun ne voit pas les médias là où ils sont et tous n'y ont pas accès avec autant de liberté) et à ce que chaque débattreur s'exprime (peut-être que certains participent activement à un journal, à une radio ou à une télé ? Peut-être que d'autres n'y attachent que très peu d'importance, pourquoi ? Etc.). L'idée finale est de mieux connaître les habitudes de votre public et de les amener à répondre à ces questions sous-jacentes : « *Quelle importance attache-t-il à cette relation ? Et pourrait-il s'en passer ?* »

• Au terme de cet échange qui peut se faire sur une ou deux séances (environ 2 x 45 min.), l'animateur sera en mesure d'arrêter, avec les mots des débattreurs, une définition du mot média et de fixer les grands médias que sont actuellement : la télévision, la radio, la presse écrite, les médias sociaux d'Internet.

• Conseils : si vous pensez que les participants ont besoin d'un support pour libérer leur parole, montrez-leur la vidéo de la web-série « *Les clés des médias* » de France Télévisions, intitulée *Nous sommes tous médias* (<http://nq.st/fimed11>). Ces deux minutes ne disent pas exactement ce que sont les

médias mais les multiples questionnements soulevés seront autant de points d'entrée pour le débat.



Les principaux médias

• La télévision

Elle reste le média le plus consommé : en 2012, une étude publiée par Médiatrie (www.mediametrie.fr) a fixé à 12 le nombre de contacts quotidiens des Français avec la télévision. Les images animées sont généralement l'un des premiers contacts des enfants avec le monde des médias. Elles sont bien entendu plurielles : des dessins animés à des extraits « volés » du journal télévisé, en passant par des publicités et des manifestations sportives.

• La presse écrite

C'est le plus ancien média et, paradoxalement, il cherche actuellement son positionnement dans notre société du tout-numérique. Des quotidiens nationaux ou régionaux, aux magazines thématiques ou professionnels, en passant par les hebdomadaires et les journaux d'opinion... Sa diversité demeure exceptionnelle malgré la disparition régulière de titres et même si beaucoup de lecteurs lui reprochent une uniformisation, et donc une marchandisation, de l'information.

• La radio

La radio est écoutée chaque jour par près de 80 % des 13-24 ans, selon une enquête de Médiamétrie de 2014. Ce média n'est donc pas en recul, loin de là pourrait-on dire, avec les possibilités que nous offrent les équipements numériques d'aujourd'hui.

• Internet et les médias sociaux

Les médias sociaux sont des applications Internet faciles à utiliser, généralement gratuites, et pensées pour favoriser les interactions. Les contenus sont générés par les utilisateurs, donc particulièrement sujets à caution. On citera Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Snapchat, Instagram, YouTube, Tumblr...

• De même, les films d'animation poétiques de 7 et 4 minutes intitulés « *un voyage dans l'éducation aux médias* », réalisés par EAVI (www.eavi.eu), peuvent également servir d'amorce. On les visionnera sur le canal YouTube de l'association : <http://nq.st/fimed12>



En prolongement

- De manière plus individuelle ou en petit groupe, on invitera chaque participant à :
 - se photographier sous la forme d'un selfie devant un des médias qu'il consulte régulièrement ;
 - dire ce qu'est un bon journaliste (vérifier l'information, respecter la vie privée, ne pas céder à la tentation du scoop... on peut s'appuyer sur la charte d'éthique professionnelle des journalistes, <http://nq.st/fimed13>) ;
 - recenser tous les médias présents dans la ville ;
 - dresser le portrait d'une personne addict aux réseaux sociaux (en mots ou en images) ;
 - montrer à ses camarades l'info ou la vidéo qui l'a le plus marqué ces jours derniers ;
 - comptabiliser le nombre de publicités qu'il voit chaque jour sur un réseau social de son choix (on comparera les résultats à l'arrivée).
- N'hésitez pas non plus à prendre contact et faire venir dans la structure :
 - des journalistes de presse, de radio, de télé...,
 - des professionnels pour qu'ils parlent de leur métier et qu'ils leur expliquent comment « se construit » une information journalistique. ▶

